2020年抖音投放研究报告

DUANSHU
& YOUYOU
RESEARCH REPORT

2020
教育行业抖音投放研究报告

短书平台 x 友友传媒

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术{www.nblax520.com}专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

序言

近年来，我们短书平台看到了媒体传播的路径发生了一系列的改变，在互联网各大巨头和从业者的影响之下，社交媒体的内容呈现方式有了新的样貌。

从图文到短视频，内容的方式升级，也让传统的推广传播赛道有了新的改变。品牌广告诞生已经有很久历史了，到现在互联网的模式之下“数据”+“广告”的数字化广告形态已经开始逐步的替代街上的纸质传单。品牌广告的有效性会有多好？应该注意哪些指标？如何借助数据化的模式来做一份好的推广···这些都是数字化的时代中遇到的新问题。

伴随着互联网而生的各种剧情广告、效果广告、口播类广告，怎么做这样子的广告？又该如何做好这样的广告？怎么利用好平台的规则让我们广告产生最大化的一个收益？以上的种种问题，促使了短书平台这期抖音投放研究报告的诞生。

我们期望【抖音投放研究报告】可以为教培机构的从业者带来一个全新的视角，虽然整个市场的体系目前还不足够的完善，短书将伴随大家一起共同解决成长道路上遇到的一系列问题。

研究报告目录

1、市场行业背景分析

1.1教育行业的市场分析

1.2短视频带来的变化

. . .

2、抖音投放广告类型和算法

2.1教育行业投放的流量逻辑

2.2流量的计费方式

. . .

3、抖音投放流程步骤

3.1巨量引擎开户条件

3.2投放步骤

. . .

市场背景

教育行业市场规模：

2020年在线教育市场规模已经达到4003.8亿元，同比增长24.1%，增速相对于2019年有所放缓慢，开始进入存量的市场情况。

短视频的出现带来了一些变化：

从创作生态上而言，出现了随时爆发的“全民创作接力”；从传播语境上而言，出现了前所未见的“本我级表达”；从社交模式上而言，出现了以内容为触角，不断拓展关系、构筑圈层的新型社交关系——内容型社交。

短视频也给广告，带来了一些变化：在短视频平台里，用户遇见一条自己不喜欢的广告，“划走”即可回避，无需付出任何成本。

因此，短视频广告面临了新的挑战，它不仅要比其它广告更精彩，还要比平台上的原生内容更精彩，这样才能抓住用户的注意力，才能让传播更加有效。

市场背景

教育行业的用户结构：

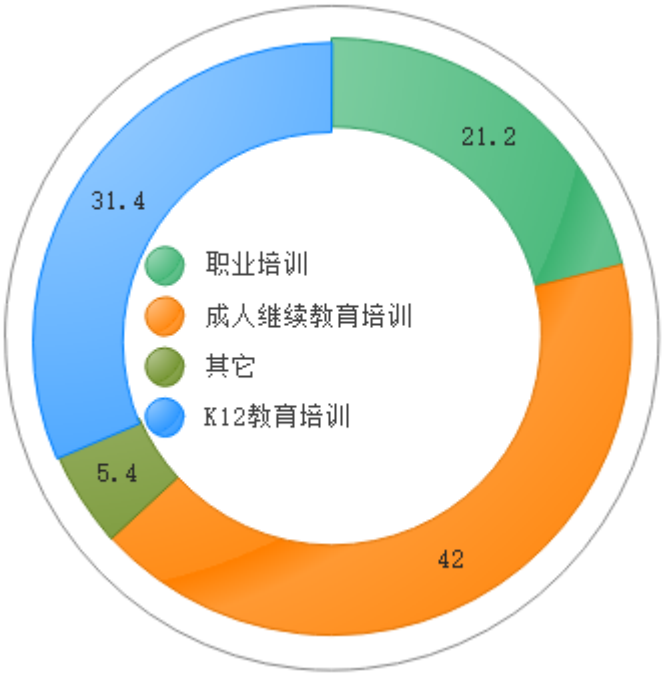
在重视服务的教育行业中，由于成人的自控力强、学习目标明确、空闲时间有限，因此成人是目前在线教育的主要用户群体，尤其是学历提升、求职、考证等场景中需求更加的强烈。

而K12教育市场，K12家长对学生对在线教育持谨慎的态度，随着新一代80后/90后父母的消费意识提升和消费能力的提高、新一代00后/10后孩子对于互联网天然的熟悉，K12家长及学生群体对在线教育的接受度正在快速提升，K12目前的在线教育占比重大幅度提升至31.4%。、其它：5.4%、成人高学历培训42.0%、职业培训：21.2%、K12培训：31.4%

用户移动互联网时长增速大幅下降。

与此同时，用户平均每天花在移动互联网的时间虽然已增长近6个小时，但是这个增速也在快速下降，从去年的四季度22.6%下降至6%

市场背景



教育行业的用户结构

数据来源：艾瑞2019年在线教育研究报告

市面上的公域流量分布情况：

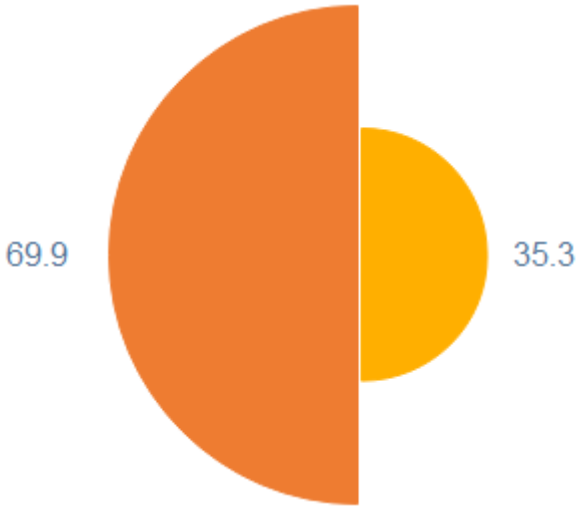
整体的流量：中国在线教育APP月独立设备总数保持稳定，2020年3月为4.3亿台。

流量增速：

用户使用时长大幅提升，2020年2月、3月，在线教育APP日均总有效时间同比增速分别为69.9%和35.5%。

市场背景

二、三月使用时间增长对比



数据来源：艾瑞2019年在线教育研究报告

营销推广方向：

随着移动互联网技术的成熟，在线教育类App因其对碎片化时间的效率利用以及使用的便利性，逐渐成为人们进行教育与深造的重要渠道与学习工具。

从需求端的宏观背景来看，教育类App的月活跃用户数已经突破2.2亿。随着整体的用户习惯和资本流动方向都从线下切换到了线上的赛道中，在线教育的营销推广方式和整体的营销模式已经可以清晰看见从线下的推广转移到线上模式。

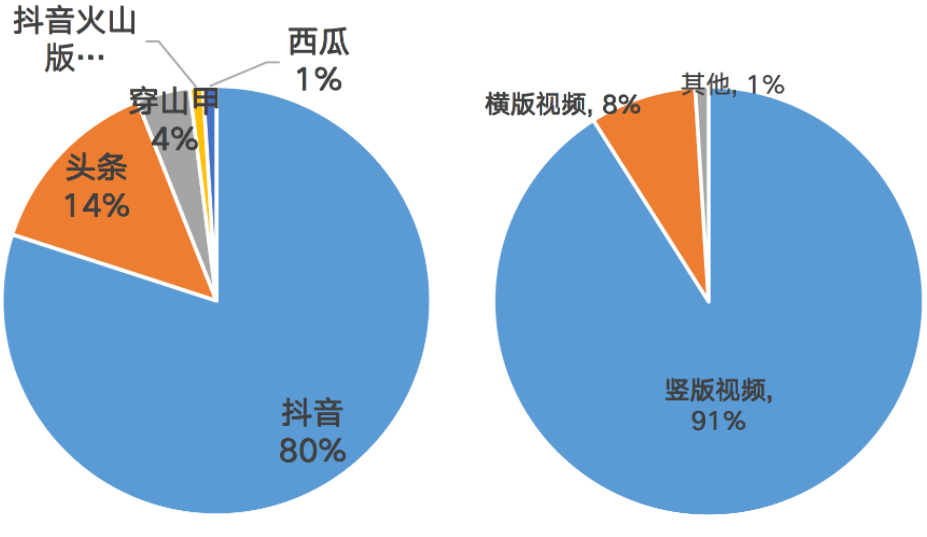
市场背景

投放市场：

3月-4月教育培训市场预算集中在抖音整体的占比已经超过了80%。绝大部分的教育机构素材符合抖音用户习惯。

超过9成的视频都是竖版的视频。

95%的教培机构通过推广来收集销售线索，市场推广的方式从单纯的表单化单一线索收集，逐步升级到在线付费，整体后端的用户质量和付费率都有提升。



广告类型

抖音投放的广告类型：

抖音平台上的广告类型有品牌广告、效果广告两大类。整体影响流量转化的因素分为流量、产品、运营三大类。

流量方向：涉及流量平台用户的行为喜好是什么？流量分发的逻辑是什么？流量的产品有哪些？流量的运营优化的手段有哪些？

产品方向：涉及目标用户的画像、品牌的感知质量、品牌的联想。

运营方向：涉及素材和落地页，其中落地页对于转化率的影响占据转化率的60%，产品的持续迭代等。

流量	产品	运营
流量平台用户行为喜好	目标用户的画像	优化素材和落地页
流量的分发逻辑是什么	品牌的感知质量	如何拉新促活
流量的产品有哪些	品牌的联想	产品持续性迭代
流量的运营优化手段	品牌用户忠诚度	如何提升复购

流量逻辑

效果广告竞价的流量逻辑：

抖音平台上的流量逻辑是根据ECPM系统来自动排序的，ECPM排序是指平台每一千次的展示可以获得的广告收入是多少。

所以抖音平台的效果广告投放展示顺序依据用户展示价格高低来排序，价格展示高的优先展示。

计费方式

信息流量广告的计费方式：

抖音平台的广告计费包含了：CPC、CPM、OCPM、CPA、CPV。

分别是按点击次数收费、按曝光量收费、按用户转化率收费、按播放效果收费，播放大于10秒算有效。

出价的方式是根据用户愿意为下次支付的最高价格来计算，通常实际价格低于出价价格。如果下一位的用户没有进行出价的调整，点击的价格就不会变动。

计费方式	注解	扣费逻辑
CPC	点击一次广告扣一次费	每次点击价格=下一位eCPM/ 预估点击率+0.01
CPM	广告曝光一次扣一次费	每千次展示扣费=下一位eCPM+0.01
oCPM	本质和CPM扣费原则一样，但在投放时会根据实际“转化需求”做优化	每千次展示扣费=下一位eCPM+0.01
CPA	用户成功转化一次之后才扣费	每转化扣费=下一位eCPM/ (预估点击率*预估转化率）+0.01
CPV	按视频有效播放扣费，视频播完或播放大于10”则为有效播放	每次播放价格=下一位eCPM/ 预估播放率+0.01

素材分析

广告的素材大类：

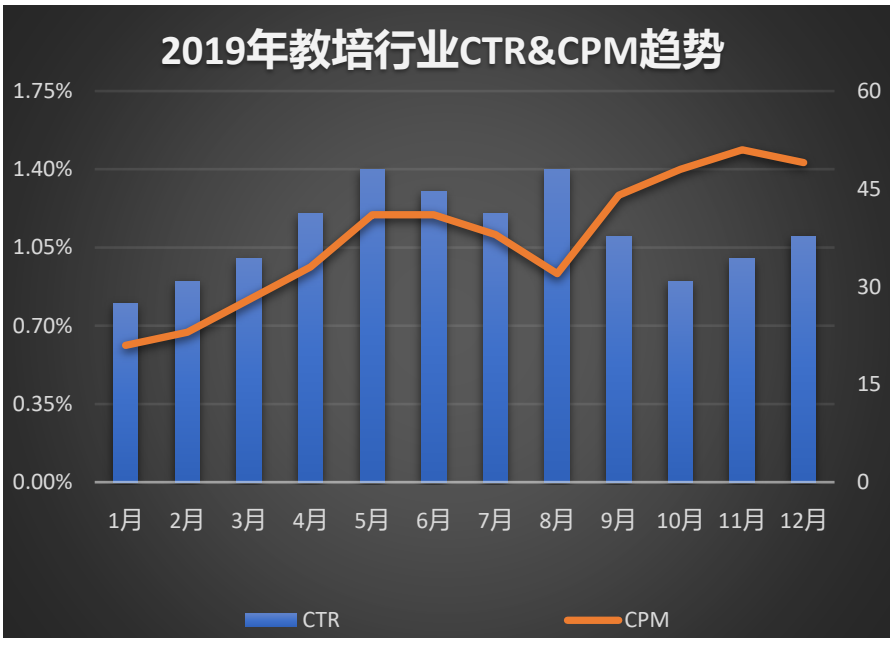
素材方向由基础的手写类、口播类逐渐向多人情景剧、VLOG、套路类等形式多元化的方向发展，用户对于广告类型的接受程度普遍升高。

转化分析

教育行业推广转化率分析：

2019年点击水平趋向于稳定，成本的竞争比2018年激烈。CTR：抖音平台2019年点击率持平在1%左右，处于大盘平均转化水平。

CPM：抖音流量竞争激烈，年初CPM成本偏低，年中和年尾成本逐步上升。



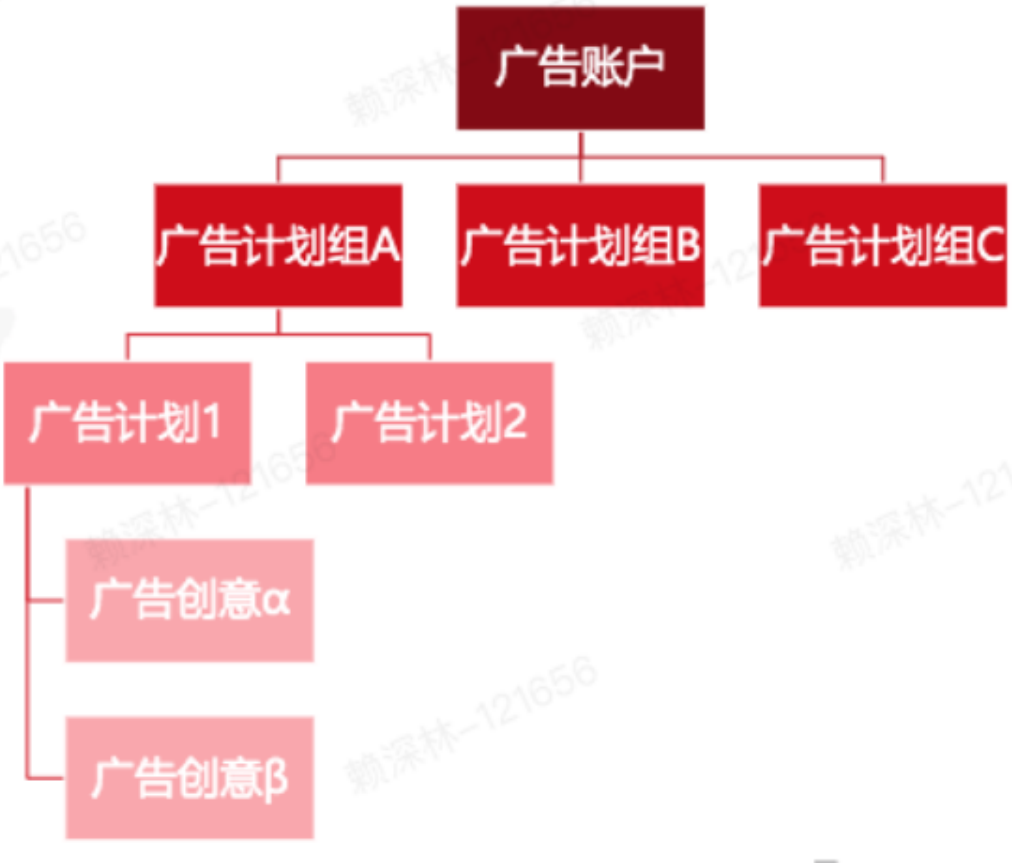
投放步骤

教育行业投放需要的条件：

需要具备开户资质条件：公司营业执照、商标证书、行业资质。

开户方式：

自助开户，多数教培机构设有专业优化师做数据优化、平台客服支撑难以及时代理开户运营。



投放步骤

巨量引擎平台投放步骤：

登录进入首页可以看到可视化的数据。广告计划概括：快速了解账户、整体投放状态。

广告数据投放数据：迅速获取账户消耗情况、CRM数据等量指标。TOP数据呈现：帮助调整素材、头部计划效果信息。多维受众分析：展现更多受众数据、轻松洞察广告触达情况。

短书 x 友友传媒

投放步骤

投放步骤

6.选择广告展现位置
设置投放位置
广告位置
优选广告位
按媒体指定位置
按场景指定位置
建议您选择所有可选广告位，否则会减少覆盖，导致广告失去部分优质展示机会
APP名称
今日头条
西瓜视频
抖音火山版
抖音
穿山甲
了解详情
7.选择创意方式
8.上传创意视频
9.设置关联品牌主页
10.设置行动引导方式
立即抢购
去看看
去逛一逛
来拼一拼
立即抢购
立即下单
点击抢购

推广策略

制定自己的推广策略：

每一个机构在做推广投放的时候都会制定好自己的投放策略。产品的选择、分析卖点、人群受众基于这三大类的方向来制定。

产品的选择方向：教育机构需要根据自身的品类收益、预算情况来进行，根据公司不同的产品线收益及其他推广方式的成本表现、成本控制情况搭建好账号的分配预算和出价。

卖点分析：根据产品的特征和卖点来切入定位。分析产品的定位、卖点、竞品特点构思投放的文案方向、制造于市场竞品的差异化。

人群受众：收集好目标客户的信息，分析受众的特点如性别、年龄、兴趣爱好等。

清单规划

一级事项	二级事项	说明	完成时间
产品分析	产品选择	明确客户行业、推广品类、投放方式	投放前1-2周
	卖点分析	分析产品定位、卖点，竞品特点	
	目标受众	收集已有客户信息，分析受众特点，如性别、年龄、兴趣等特征	
创意筹备	视频	必需，类型不少于5种，数量不少于10个	投放前2-3天（建议预留5个以上工作日给设计组制作）
	图片	非必需，数量不少于20套	
	落地页	非必需，数量不少于3套	
	文案	必须，维度不少于3种，数量不少于10条	
账户搭建	开户&对公验证	账户准备5-10个	投放前3天
	上传计划	每个账户不少于10个计划，当天根据实际情况再进行补充	投放前1天
	开启投放	选择一个合适的时间开启	

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。